



Número 21 (2) Any 2016 pp. 38-59

ISSN: 1696-8298

www.antropologia.cat

Flujos de información e interacciones *online* en el marco de la crianza adoptiva

Information flows and online interactions in adoptive parenting

REBUT: 25-02-2016 // ACCEPTAT: 10-09-2016

Jorge Grau Rebollo y Lourdes García Tugas
GRAFO, Departament d'Antropologia Social i Cultural
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)

Júlia Vich Bertrán
Technology and society studies Department
Maastricht University

Resumen

En el ámbito de la adopción internacional, la popularidad de Internet la ha convertido en un escenario propicio para que las familias adoptivas (o en vías de serlo) compartan sus experiencias y vayan construyendo interacciones en línea en el seno de las cuales se generan importantes flujos de información. Teniendo en cuenta la escasa incidencia en España de encuestas sobre la adopción que constatan autores como Murthy (2008) o Jaume y González Río (2014), el objetivo de este artículo es analizar el recurso a Internet como repositorio de información y espacio relacional de familias adoptivas (en pareja o personas solas) en el ámbito de la crianza, mediante la combinación de técnicas escogidas: un cuestionario *online* administrado a 477 informantes, entrevistas en profundidad a 61 personas y monitorización de la información que circula en las interacciones generadas en un espacio específico de comunicación mediada creado explícitamente en el marco de la investigación (página de Facebook).

Palabras clave: crianza adoptiva, Internet, comunicación mediada por ordenador, Facebook.

Abstract

In the field of international adoption, the popularity of the Internet has become an enabling environment for adoptive (or prospective) families to share their experiences, therefore weaving an online relatedness that generates significant information flows. Given the low incidence in Spain of academic surveys on adoption, which authors such as Murthy (2008) and Jaume & González Río (2014) have pointed out, the aim of this article is to analyze the use of the Internet as a repository of information and as a relational space adoptive families use to discuss parenting. An online questionnaire was administered to 477 respondents, followed by in-depth interviews with 61 informants. Another technique was the continuous monitoring of information that circulated on a Facebook page created specifically as a part of the research.

Keywords: adoptive parenting, Internet, computer mediated communication, Facebook.

1. Introducción¹

En nuestro contexto social los flujos mediados de comunicación circulan en buena medida a través del ciberespacio. Este medio se ha convertido en los últimos años en un proveedor básico de información en el cual tienen lugar numerosas interacciones personales y colectivas a diversos niveles y en diversos grados. Bajo estas coordenadas, el ámbito adoptivo no constituye en absoluto una excepción. En esta línea, la finalidad de este artículo es analizar el recurso a Internet como repositorio de datos y experiencias compartidas para las familias adoptivas (tanto sean parejas como personas solas) en el ámbito específico de la crianza adoptiva en el marco de un proyecto de investigación que hemos venido desarrollando en los últimos tres años. Concretamente, nos interesa responder a tres preguntas fundamentales: (a) ¿qué motiva a las personas adoptantes a prospectar información en el entorno virtual?, (b) ¿qué tipo(s) de información buscan?, y (c) ¿qué clase de participación o implicación muestran en esta interacción comunicativa?

Para ello, hemos combinado diversas técnicas de observación y recogida de datos con propósitos distintos, aunque complementarios. En primer lugar, recurrimos a la administración de un cuestionario *online* que nos permite obtener datos más extensivos acerca de los hábitos comunicativos y las necesidades de información y apoyo de las familias adoptantes. En segundo lugar, penetramos mediante las entrevistas en profundidad en aspectos medulares de estas demandas y, finalmente, nos aproximamos a ciertos elementos relacionales y comunicativos de esta interacción mediática en línea a través del seguimiento de un foro específico *online* en Facebook, concebido en nuestro proyecto como un espacio acotado de observación de interacciones y flujos virtuales de información durante un periodo de dos años.

De este modo, seguimos una lógica de círculos concéntricos en la que partimos de los datos más generales y desembocamos en los aspectos más específicos de los contactos interpersonales en lo que refiere a la crianza adoptiva. En consecuencia, nos interesa especialmente la conexión entre las tres esferas por cuanto nos permite apreciar de qué forma(s) estas demandas que identifican los informantes van tomando forma y bajo qué parámetros se concretan en el marco de interacciones mediadas en Internet.

2. El recurso a Internet en el ámbito de la crianza adoptiva

2.1. Comunicación tecnológicamente mediada: La relevancia de la red global

La socialización a través del ciberespacio mediante espacios específicos de comunicación mediada interpersonal (los llamados *Social Networking Sites* o SNSs) es un fenómeno que eclosiona con la generalización de Internet y que se consolida a lo largo de los años 2000 mediante diversas plataformas o aplicaciones que facilitan el contacto, la solicitud e intercambio de información y el sostenimiento de dinámicas comunicativas en red. Así, por ejemplo, Facebook² presentaba a 30 de septiembre de 2015 un total de 1550 millones de usuarios, con un promedio de unos mil millones de usuarios con actividad diaria en la red³. Twitter⁴, una de las aplicaciones de

¹ Este texto es resultado de la participación de los autores en el proyecto de investigación *Parentescos: Formas de Parentalidad y Articulaciones Disciplinarias* (CSO2012-39041-C02-01), financiado por el MICINN y dirigido por la Dra. Anna Piella Vila.

² <http://www.facebook.com>

³ <http://newsroom.fb.com/company-info>

microblogging (servicio que se orienta al intercambio de información breve entre usuarios, en este caso mediante mensajes de un máximo de 140 caracteres) más populares en todo el mundo, tiene 320 millones de usuarios activos cada mes y unas mil millones de visitas mensuales a *sites* con algún tuit incorporado⁵. Otras populares redes de intercambio de información como Whatsapp⁶, Youtube⁷ o Instagram⁸, por ejemplo, movilizan a centenares de millones de personas y generan contenidos que, como en el caso de algún vídeo musical, pueden llegar a tener más de dos mil millones de visitas por parte de usuarios del servicio (*El País* 2014). Es por todo ello que:

The Internet is not only a text-based medium made up of communities, newsgroups and email lists. It is also a medium of publication, and significantly one where users can take control of the means of production, create their own cultural artifacts and intervene in the production of existing ones. The Internet can thus be perceived as a form of cultural production, in a similar framework to that of the print media, broadcast television and radio. (E H Bassett & O’Riordan 2002: 235).

Lo cual no sólo le permite erigirse como un espacio de gestión de la información y, en último término, de relaciones de poder (Volkman 2005; Murthy 2008), sino que también le confiere cada vez mayor interés desde una perspectiva etnográfica:

Specifically, social networking sites can be useful to ethnographers in the following ways: (1) they are virtual ‘gatekeepers’ with chains of ‘friends’ who are potential research respondents; (2) they contain vast stores of multimedia material regarding even the most marginal social movements or groups; (3) ethnographers can ‘invisibly’ observe the social interactions of page members, gleanings a previously unavailable type of ethnographic data; (4) pages can be created by social researchers with the explicit purpose of conducting research online [...] (5) the structure of relationships on the sites is a useful research method [...] (6) pages can be created by social researchers to disseminate useful information to the public [...] ^[9] (Murthy 2008: 844-845)

García et al. (2009) constatan a este respecto que en etnografía aún existen relativamente pocas investigaciones sobre comunicación mediada por ordenadores e Internet y sostienen que el llamado “mundo virtual” no deja de ser uno más de los espacios de socialización de los individuos, íntimamente conectado a otras esferas de la acción y experiencia humana (p: 54)¹⁰. Con todo, sí advierten que la investigación realizada a través de Internet requiere de estrategias y ajustes específicos, dada la naturaleza del medio. Jaume y González Río concretan esta atención diferencial en ámbitos como el muestreo y selección de los encuestados, el diseño de la encuesta, la distribución y gestión de la respuesta, la realización de la encuesta piloto y el registro de datos (2014: 163)¹¹. Este constituye nuestro punto de partida aquí: un ámbito

⁴ <http://www.twitter.com>

⁵ <https://about.twitter.com/company>

⁶ <https://www.whatsapp.com>

⁷ <http://www.youtube.com>

⁸ <http://www.instagram.com>

⁹ Para más información a este respecto, véase Ebo (1998), Hine (2000 y 2008), Murthy (2008), García et al (2009) y Jociles (2013), entre otros.

¹⁰ Cuyas interconexiones con el nivel local y sus diversos efectos y consecuencias han sido bien advertidos por investigadores como Postill (2007), entre otros.

¹¹ Sin embargo, no toda la investigación *online* se limita a las encuestas, entrevistas o cuestionarios estructurados, sino que, como muy oportunamente señalan Jociles (2013) o Blasco (2012), puede extenderse, entre otros ámbitos, a prospección en foros o participación en quedadas (Una derivación terminológica de “quedada”: “acción de quedarse).

comunicativamente interconectado, pero todavía escasamente afrontado desde una perspectiva etnográfica. Y precisamente por ello nuestra propuesta es la de abordarlo integradamente, por cuanto la combinación de técnicas seleccionadas permite reseguir y analizar cadenas de contactos, a la vez que pone a nuestro alcance una considerable recopilación de material de interés etnográfico cuyo análisis permite apreciar matices que en una aproximación más sectorial serían difíciles de apreciar y de situar en su contexto relacional y mediático¹².

2.2. Los cuestionarios online como estrategia de toma de datos

Comencemos por el nivel más general: la recogida exhaustiva de información. En los últimos años las encuestas y cuestionarios online se han erigido como un instrumento efectivo de investigación para recabar datos a gran escala y/o en un radio geográfico de gran alcance sin precisar grandes equipos humanos y técnicos, amén de presupuestos suficientemente altos como para cubrir los costes que se derivarían de todo ello (Murthy 2008). Además, son fáciles de enviar (basta un enlace o dirección web) y una vez administrados, facilitan la recopilación y el almacenamiento de la información, así como la exportación de datos a paquetes estadísticos o software de análisis cualitativo (ídem). Asimismo, la mecánica de administración permite la autocumplimentación y la obtención de respuestas estructuradas (Van Selm & Jankowski 2006: 444), que en ocasiones pueden llegar a ser de una naturaleza incluso más íntima que las obtenidas mediante otros procesos de obtención de datos¹³:

The use of this web-based research has been useful to me in gathering some unique qualitative data as respondents generally provided different, sometimes more personal, responses through the internet, compared with face-to-face interviewing and standardized questionnaires, confirming [...] the sometimes greater ‘intimacy’ of data collected online. I found that responses to my online questionnaires and e-mail interviews also provided unique data that I would not have obtained in traditional face- to-face interviewing. (Murthy 2008).

Pese a ello, y ya en el ámbito específicamente adoptivo, autores como el propio Murthy (2008) o Jaume y González Río (2014) refieren a la escasa incidencia en España de las encuestas sociológicas sobre adopción, a diferencia de países como Estados Unidos y Canadá, en los siguientes términos:

El desinterés estadístico del que es objeto el fenómeno de las adopciones en España impide que, a efectos de investigación social, dispongamos de un registro de familias

Estar en un lugar” (AA.VV. 2014), en este caso convocada y administrada *online* con el fin de encontrarse físicamente en algún lugar previamente acordado) u otras formas de reunión convocadas y gestionadas a través de este medio, listas de distribución, grupos de apoyo o a la información y propaganda de agencias de adopción. Incluso podemos encontrar estudios basados en búsquedas de ciertos términos cuyo proceso prospectivo se lleva a cabo en un solo día a través del navegador del ordenador (Chou, Browne, & Kirkaldy 2007). Además, Internet no únicamente sirve para gestionar y mantener la red personal o profesional existente, sino que permite la apertura y ampliación de la misma a nuevos contactos generados en el propio espacio virtual (Mesch & Talmud 2006).

¹² Respecto a las diversas formas del quehacer etnográfico en el trabajo de campo, Postill –en Pink *et al.* (2015)– plantea la relevancia de lo que llama *triangulación*: “that is, the ethnographic imperative to gather primary and secondary materials on a given question through as rich a variety of sources as possible [...] including the ever-expanding ways of being there. Relying solely on physically co-present, non-digital fieldwork, or solely on telematics is still theoretically possible, but in most research settings it no longer makes sense to do so.” (p: 135).

¹³ Véase también Ochs (2000) o Blasco (2012), a este respecto. También pueden ser, no obstante, fuentes de riesgo y requerir cierta vigilancia y compromiso ético, como sugieren, a diversos niveles y en distintos ámbitos, Estalella y Ardévol (2007), Roby y White (2010), Birky y Collins (2011), Herron *et al.* (2011) o George *et al.* (2014).

adoptivas desde el que, a modo de marco muestral, se pueda acceder a ellas con el fin de administrar un cuestionario ya sea cara a cara, a través del correo postal o telefónicamente. (Jaume & González Río 2014: 162)¹⁴

Esta situación dificulta la posibilidad de un muestreo aleatorio sobre la población de estudio, debiéndose buscar otras estrategias de reclutamiento, como por ejemplo la prospección en escenarios donde se tiene constancia de la presencia de población de los perfiles deseados o procesos de bola de nieve y nominación sucesiva. En este sentido, la popularidad de Internet propicia que muchas familias adoptivas (o en vías de serlo) compartan sus experiencias y vayan construyendo unas relaciones en línea que no necesariamente tienen continuidad en el espacio físico (Galvin 2006)¹⁵.

Por todo ello, la administración *online* de un cuestionario nos ha permitido obtener información cuantitativa y cualitativa de gran valor. Por supuesto, este formato comporta limitaciones evidentes que tenemos en cuenta a la hora de procesar la información obtenida, pero que nos ha sido muy útil para recabarla independientemente de la ubicación geográfica o la disponibilidad horaria de los participantes (en la línea de simplificar y aumentar la flexibilidad de encuestas complejas referida por Mohanty, Keoske, & Sales 2006; Mohanty & Newhill 2011 o Mohanty 2013). Además, esta vía de administración potencia la difusión del cuestionario entre conocidos, pares u otros grupos de contactos (estrategia de bola de nieve): *“Furthermore, the benefit of e-questionnaires is that respondents frequently e-mail friends, co-workers, and relatives asking them to also participate in the research (a process which can be filtered if undesired)”* (Murthy 2008: 842).

Así, difundimos el cuestionario por diversas vías¹⁶ e incluimos al final del mismo la posibilidad de aceptar una entrevista posterior en profundidad, para lo que únicamente pedíamos una dirección de correo electrónico de contacto. En total, pedíamos a los informantes que respondiesen entre 33 y 56 preguntas (en función del número de hijos/as adoptivos que tuviesen) y así lo hicieron 477 personas (un 83% de las cuales eran mujeres y un 17% hombres)¹⁷ con un promedio de edad de 45’7 años (el 78% está concentrado entre los 37 y los 51 años). Un 85% tenía pareja en el momento de iniciar el proceso de adopción, de los cuales el 81% estaba casado. La inmensa mayoría había optado por un trámite ordinario de adopción y únicamente el 8% solicitó la adopción de un menor con necesidades especiales.

Preguntados sobre las principales fuentes de información sobre la crianza adoptiva durante el tiempo de espera de la primera adopción (Gráfico 1), la mayoría de encuestados (365) consultaron más de una (76,5%), frente a quienes habían prospectado un único lugar (93, el 19,5%) y los que no buscaron información de ninguna clase (3’1%). Entre quienes confiaban en un único origen destacan 34 personas (un 36,5%) que eligieron alguna ECAI¹⁸, mientras que 27 informantes (29%) optaron por Internet como proveedor principal. A mucha más distancia encontraríamos el organismo público competente (10 personas, lo que supone un 10’7% –y apenas un 2% sobre el total de

¹⁴ En su investigación obtienen 230 respuestas de padres y madres adoptivos (p: 155).

¹⁵ De hecho, ya Wahl, McBride y Schrodt (2005) habían anticipado esta emergencia y los trabajos anteriormente citados de Murthy, Blasco o Jociles, por ejemplo, permiten comprender mejor las relaciones y representaciones creadas en torno al ciberespacio.

¹⁶ Agradecemos efusivamente la colaboración de casi 60 asociaciones (como Adopta, AAIM, IPI, Ajuda’m, Genus, Jamuna, Adopty, ACI, AFAC, entre muchas otras, a quién se informó por escrito del propósito y alcance del cuestionario), así como a todas personas que nos han ayudado en su circulación.

¹⁷ Esta desproporción por sexo se da también en otros estudios realizados en torno a SNSs (*social networking sites*), donde el número de respuestas de mujeres es claramente superior al de varones (Véase por ejemplo Marshall 2012; Sas & Whittaker 2013 o Jaume & González Río 2014).

¹⁸ Entidad Colaboradora de Adopción Internacional.

respuestas–). Sólo 3 informantes se documentaron únicamente a través de otras personas que hubiesen pasado ya por el proceso de adopción (3'2%, un 0'6% del total de respuestas). Si examinamos el perfil etario de los 27 informantes que eligieron Internet como fuente única de información, vemos que están dispuestos entre los 38 y los 54 años, con una distribución muy homogénea: en 5 casos suponen el 11% (40, 42, 45, 46 y 50 años), en 4 casos el 7'4% (38, 41, 43 y 49 años) y en otros 4 el 3'7% (44, 47, 48 y 54 años).

Enfocando específicamente las fuentes que incluyen prospecciones *online*, Internet aparece en 308 ocasiones (el 84,3% de quienes optaban por esta diversificación y un total del 64,5% de encuestados, lo que pone de relieve la preeminencia evidente de este medio en la búsqueda de información). En este caso, las respuestas se concentran más en el franja 36-51 años (83'3%), destacando levemente quienes tienen 45 años (12'7%), aunque sobre una horquilla de edad mayor (29 – 65 años o más).

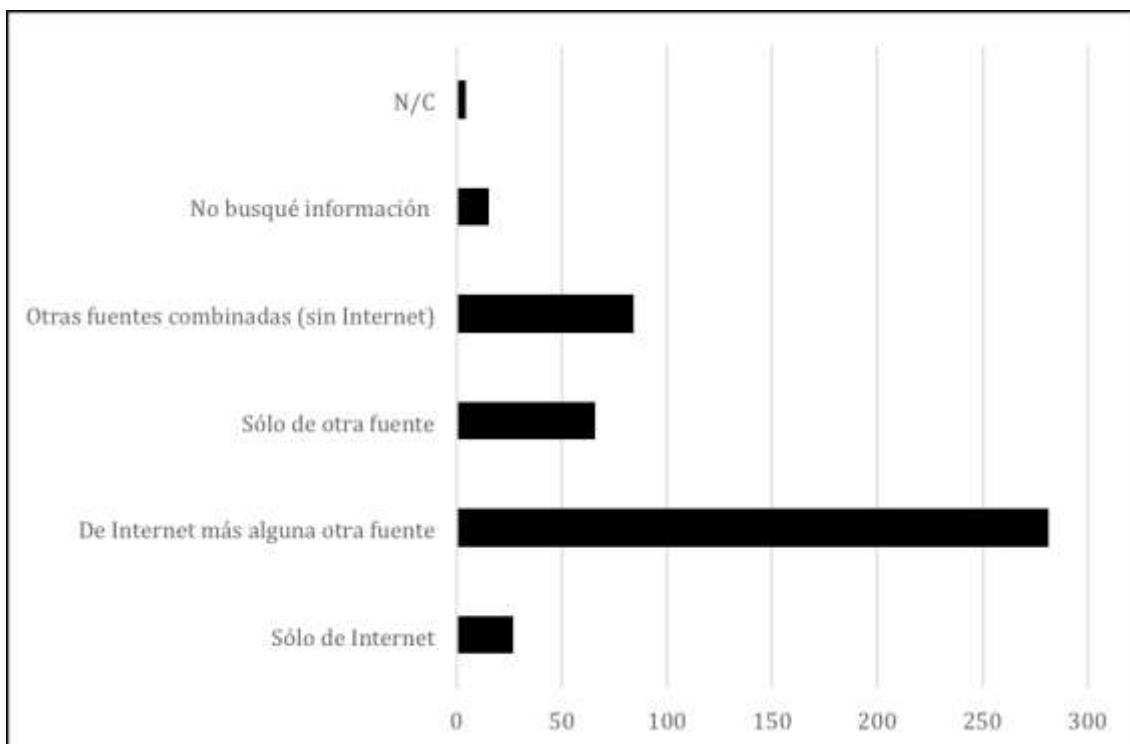


Gráfico 1: Repositorios de información sobre la crianza adoptiva durante el tiempo de espera. Fuente: elaboración propia.

Parece claro también que el recurso a Internet no es una cuestión puntual. Una vez presentada la solicitud de adopción, el interés por recibir información del país de origen escogido (Gráfico 2) movilizó a 332 personas (un 69'6%). En este caso, 139 personas consignaron recurrir básicamente a un único proveedor de información, siendo éste principalmente las ECAIS¹⁹ (32'5%), seguidas de Internet (23'7%). Como habíamos visto anteriormente, la combinación de fuentes apunta de nuevo al ciberespacio como elemento destacado: en 155 casos de los 193 en los cuales se diversifica la fuente aparece explícitamente Internet como uno de los proveedores seleccionados (esto es: un 80%).

¹⁹ Entidades Colaboradoras en la Adopción Internacional.

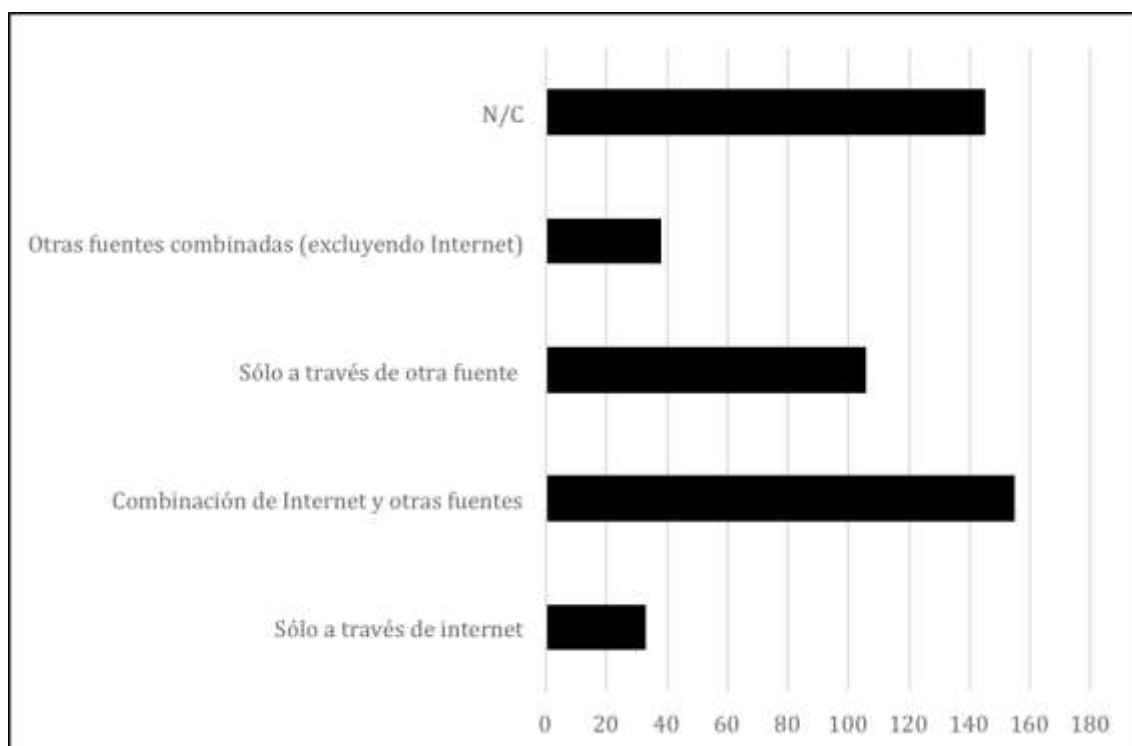


Gráfico 2: Repositorios de información sobre el país de origen. Fuente: elaboración propia.

2.3. La circulación de información: naturaleza y tipos de acceso

Llegados a este punto, era patente la centralidad del ciberespacio en la búsqueda de información relativa a la crianza adoptiva, pero de cara a profundizar en las motivaciones que la impulsaban, así como en el carácter de la misma, necesitábamos mayor precisión cualitativa en lo referente a la circulación de información: debíamos establecer con mayor precisión de qué forma cada individuo se implicaba en este proceso, tanto en lo que refiere al uso de la fuente como a la clase de información que se vertía u obtenía de ella.

Por esta razón, entrevistamos en profundidad a 61 personas en el marco de nuestro trabajo de campo, de las cuales 49 habían respondido también el cuestionario, lo que nos permitió profundizar cualitativamente en la información obtenida. Todas ellas disponen de acceso a Internet en su domicilio, aunque la frecuencia con la que recurren al ciberespacio por cuestiones relacionadas con el proceso adoptivo o la crianza de sus hijos/as adoptados varía considerablemente. Veamos a continuación algunos resultados relevantes en lo que respecta a las formas de uso y a la clase de información que buscan o comparten.

Tipos de acceso a internet:

A la luz de la información recabada en nuestra investigación, no existe un único perfil en este sentido, aunque podemos establecer 4 grandes tipos diferentes de acceso.

a) *Uso intensivo de la red, básicamente como usuario/a* (búsqueda o circulación simple de información). Gloria²⁰ (44 años, casada, 2 hijas adoptadas) comenta que su marido y ella consultan asiduamente información variada sobre la adopción en la Internet, diversificando las fuentes (blogs, páginas web, foros, etc.); además, extienden la consulta a bibliografía, documentales o conferencias a las que pueden asistir, además de colaborar regularmente con una asociación adoptiva.

Esta es una característica frecuente en nuestras entrevistas: contra más activa es la búsqueda de información, más diversas son las fuentes donde trata de obtenerse. La facilidad de acceso de la red y la inmediatez de la comunicación son factores muy valorados por nuestros/as informantes. Es el caso de Cristina (43 años, casada, una hija adoptada), quien participa activamente en foros de internet y que afirma a este respecto que muchas veces la mejor ayuda viene precisamente de sus participantes: “porque tenemos los mismos problemas”.

Como en otros casos, la participación en la red puede combinarse con visitas a asociaciones de padres y madres adoptantes (e implicación en las actividades que organizan). Por ejemplo, Carmen (42 años, casada, una hija adoptada) y su marido mantienen contacto *online* con otras familias con quienes compartieron “el viaje” (expresión que habitualmente refiere al desplazamiento y estancia breve en el país de origen del menor con el propósito de consumir jurídicamente la adopción y regresar con el niño o la niña), lo que les otorga un mayor grado de complicidad y conocimiento mutuo.

b) *Uso intensivo de la red, tanto como usuario/a como en el rol de gestor/a de contenidos* (bien en la creación de páginas web o de foros específicamente relacionados con la adopción). Por ejemplo, Marisol (51 años, casada, dos hijos adoptados) tiene dos blogs en los que procura aportar su experiencia personal:

“Me lo he leído todo, he consultado por e-mail y ahora tengo una página web y un blog (...) busco mucha información (...) el blog tiene unas 210.000 visitas (...) la web habla de adopción a nivel de información, no personal (...) tiene casi 20.000 visitas (...) Internet para mí es una fuente y una herramienta utilísima”.

c) *Recurso ocasional, pero sostenido en el tiempo*: se trata de búsquedas puntuales de información o seguimiento no sistemático de sitios especializados o foros temáticos. Celia (57 años, soltera sin relación estable de pareja, con un hijo adoptado) solía consultar ocasionalmente blogs o foros de internet para compartir experiencias, aunque en la actualidad extrae la información básicamente de su participación en una asociación de padres y madres que organiza regularmente conferencias y otras actividades en torno a la crianza adoptiva: “(...) aunque si me recomiendan algún artículo o alguna web en concreto sí entro”.

En otras ocasiones el recurso a internet es más irregular y depende tanto de la necesidad de buscar información –o del interés por conocer otras opiniones y experiencias– como del grado de “saturación” que puede percibirse tras esa interacción. Es un caso que ejemplifican bien Zoe (54 años, casada, una hija adoptada):

“Estoy en distintos foros españoles y de los Estados Unidos por toda la cuestión de los orígenes. En uno de los foros se plantean diferentes temas (...) Más

²⁰ Por razones de confidencialidad, a lo largo del artículo usaremos pseudónimos y proporcionaremos una información básica de perfil (siempre referida al momento de la entrevista).

que información, la gente habla de su opinión (...) son foros cerrados, necesitas registrarte, con contraseña. Puedes encontrar información útil, pero distorsionador porque hay gente que tiene angustia y tienes que vigilar (...) A veces estoy días sin entrar”

o Ángela (53 años, casada, una hija adoptada):

“Cuando llegó [la niña] dejé de mirar en los foros (estaba metida en todos los que encontraba) y me centré exclusivamente en la niña (...) Los foros son muy repetitivos, pueden ayudarte emocionalmente ante la ansiedad, pero no más allá de servir de apoyo”.

d) *Acceso puntual y limitado en el tiempo*: búsqueda esporádica de información que llega a cesar con el tiempo y no vuelve a retomarse. Es el caso de María (35 años, casada, 3 hijos de los cuales una es adoptada), quien siguió la información que circulaba a través de foros de adopción durante el periodo de espera, pero fue desistiendo gradualmente tras la asignación por considerar que se sobredimensionaba el hecho adoptivo: “No me gusta la gente que ha hecho de la adopción su religión y su vida”. Mónica (48 años, soltera sin relación estable de pareja y un hijo adoptado) prefiere el contacto personal a las consultas en Internet, razón por la cual participa en distintas asociaciones de padres y madres adoptantes aunque no traslade esa actividad al ciberespacio.

En otros casos donde el recurso a Internet es limitado hemos encontrado razonamientos similares y debe subrayarse que, pese a la omnisciencia de internet, no consultarla de forma sistemática no equivale a no buscar la información por otros lados, incluso en aquellos casos en los cuales puedan existir necesidades de atención profesional específica en el menor.

En ocasiones, se abandona la consulta porque no responde al perfil deseado. Por ejemplo, es el caso de Silvia (52 años, soltera con relación estable de pareja y un niño adoptado en China), quien desistió de buscar información en Internet porque en los foros de adopción en China la información que circula es básicamente sobre niñas y a ella le asignaron un varón. En otros, se entiende que la información obtenida ha sido inútil o incluso contraproducente: “No busco nada en Internet (...) huyo tanto como puedo (...) Una cosa que hice mal fue dejarme influenciar socialmente sobre la forma de dormir de [mi hija]” (Teresa, 45 años, casada con dos hijos adoptados).

Clase de información que se busca o comparte:

Pero, más allá de lo que refiere estrictamente al uso de Internet, ¿qué tipo de información se demanda y circula? Tras analizar la información obtenida, estos serían los ámbitos principales:

a) *Aspectos relativos al proceso adoptivo* (legales, administrativos, sanitarios, etc.). La búsqueda de información, como ocurre también en el resto de categorías, puede ser intensiva pero no indiscriminada. Sara (44 años, casada, una hija adoptada) se confiesa una usuaria muy activa en Internet, prospectando información a través de una pregunta genérica en un buscador y filtrando a continuación los resultados. Así, afirma que consulta primero las páginas que le parecen más fiables (normalmente de profesionales) y posteriormente entra en foros

de opinión “para ver qué dice la gente acerca de algunas cuestiones”. De hecho, la estrategia prospectiva sigue en este caso una doble intención: la información fiable [sic] la obtiene de webs especializadas y avaladas por la presencia de profesionales en distintas disciplinas, mientras que “de la gente me interesa más ver qué comentan sobre formas de organizarse, experiencias, etc.”.

b) *Experiencias de otros padres, madres o familias adoptivas.* Es el caso de la mayoría de entrevistados/as, aunque la frecuencia de consultas varía mucho: desde usuarios activos con conexiones diarias o casi diarias hasta consultas ocasionales donde interesa conocer la opinión o experiencia de los padres y madres a propósito de una cuestión concreta. Sin embargo, aunque muchas de las personas que hemos entrevistado afirman compartir también su propia experiencia en los foros, el flujo de información no tiene que ser necesariamente bidireccional: puede consultarse el foro, pero no participar en él (o hacerlo únicamente en momentos puntuales). Incluso puede ocurrir que en el seno de una pareja las opiniones al respecto sean divergentes: “(...) ella [la esposa] sigue regularmente páginas web y foros de adopción, como lectora (...) [pero] creo que la información que aparece no es fiable en general y se acaba generando un bucle sin salida” (Mario, 46 años, casado, 2 hijos adoptados).

c) *Información acerca de patologías concretas.* Como ejemplifica María (35 años, casada, 3 hijos de los cuales una es adoptada), quien afirma que estaba preocupada por una anomalía en los dedos de las manos de su hija menor (adoptada) y sondearon Internet en busca de información adicional a la proporcionada por el pediatra.

d) *Información sobre el proceso de adaptación del menor,* tanto en el plano social como en el emocional. Rebeca (42 años, casada, dos hijos, uno de ellos adoptado) está preocupada por el desarrollo emocional de su hijo adoptado y está en aquellos foros en los que el tema aparece de forma recurrente. Para ella cualquier aportación en este sentido es una potencial ayuda.

e) *Información sobre los orígenes.* Laura (47 años, casada, una hija adoptada) se confiesa una asidua de foros y, sobre todo, páginas web (“aunque observo más que participo”) ha buscado tanta información como ha podido sobre los orígenes de su hija a través de la red, pese a que la niña hace tiempo que no pregunta nada. Comenta que consulta numerosas páginas de Facebook donde hay información sobre educación, talleres o libros: quieren tener toda la información posible para poder usarla cuando la niña lo demande.

La participación en foros puede contribuir a reforzar ciertas inquietudes, como la revelación y tratamiento del origen. Así, por ejemplo, Carmen (42 años, casada, una hija adoptada) conversa regularmente en los foros de adopción acerca de cómo abordaron –o piensan abordar– los demás esta cuestión.

Por otro lado, la prospección de información no necesariamente es una actividad pasiva. Begoña (51 años, casada, una hija adoptada) utilizó Internet para entrar en contacto con una persona en Estados Unidos con el fin de localizar más información de la que ya tenían al respecto. Sin duda, la dimensión global de la red y la facilidad de contactar y concretar cualquier operación a través de ella puede constituir un estímulo para este tipo de actuaciones proactivas. Rebeca (42 años,

casada, dos hijos, uno de ellos adoptado) tenía mucha curiosidad por los orígenes de su hijo y contactó con una buscadora de información en el país de origen: “(...) me preocupaba que el niño preguntase y no tuviera información que darle”. En este caso, descubrió esta opción precisamente a través de un foro en Internet donde otras familias habían recurrido a esta posibilidad.

Excepcionalmente, podemos encontrar también entre las personas entrevistadas recursos distintos a Internet sobre los orígenes. Es el caso de Julia, cuya hija fue adoptada mediante una tramitación de “pasaje verde”²¹ debido a la edad –tenía 10 años–. En este caso, la niña llegó ya con una red de contactos establecida en origen, incluyendo a su familia de acogida, que ha conservado tras su llegada mediante un servicio de mensajería instantánea basado en una web muy popular en China y que permite compartir archivos de imagen. Julia ha participado también en algunas de estas conversaciones (siempre con la ayuda de su hija como traductora) con la antigua familia de acogida de la niña, “que se sienten un poco su propia familia también”.

Cabe señalar que estos tipos no son excluyentes entre sí, sino que frecuente aparecen combinados por parte de un mismo usuario. Además, preguntados por la credibilidad que les merecen las fuentes consultadas, suelen manifestar que, más allá del reconocimiento académico o institucional que tengan (y que suele marcar la prioridad en las consultas), valoran la adecuación de *esa* respuesta o de *determinada* información a la necesidad concreta que tienen en ese momento. Con todo, sí reconocen usar criterios de calidad basados en el prestigio o el reconocimiento especializado también en otras ocasiones (por ejemplo, al asistir a conferencias, leer literatura especializada o recabar información sobre aspectos muy puntuales del comportamiento o la salud del menor, por ejemplo).

Una vez llegados a este punto, tanto a través de nuestras observaciones de campo como de la información que nos aportaban cuestionarios y entrevistas, teníamos datos relativos a las motivaciones que impulsaban la búsqueda y la circulación de información, así como acerca de la naturaleza de la misma o de la variedad de formas de implicarse en estas tareas. No obstante, necesitábamos también conocer cómo se llevaba a cabo este proceso sobre el terreno (virtual): de qué modo se generaban las interacciones, qué perfiles eran más susceptibles de movilizar la información, etc. En definitiva: qué conformación relacional concreta adquieren estos contactos y flujos en la red.

Con este fin, decidimos crear un espacio específico de interacción cuya monitorización durante el período de investigación nos permitiese apreciar esta concreción empírica. Atendiendo a la literatura especializada, un *site* de *Facebook* parecía la opción idónea para este propósito.

2.4. Interacción y flujos: Facebook como foro específico de comunicación y relacionalidad

Y esto es así porque en el entorno digital, Facebook se ha erigido como una de las redes sociales de mayor impacto en las relaciones *online* durante la última década. Veíamos antes algunas cifras referentes al volumen de usuarios, pero más allá de estas estadísticas generales la plataforma ha ido ganando implantación como escenario para la circulación horizontal de información, sea en el entorno educativo (Aydín 2012), entre adolescentes (Carrington & Hodgetts 2010), en lo relativo a experiencias personales con

²¹ Adopción de menores con necesidades especiales que pueden dificultar su adopción: ciertas patologías, diversidad funcional, edad elevada, etc.

implicaciones pedagógicas (Christie & Bloustien 2010) o incluso en el aprendizaje de idiomas (Mills 2011).

En consecuencia, en los últimos años se han abierto nuevas líneas de investigación en ciencias sociales en lo referente al estudio de las interacciones mediadas por la tecnología digital (Burrell 2009; Garcia, Standlee, Bechkoff & Cui 2009; Hine, Fielding, Lee & Blank 2008; Hine 2000). En este sentido, Wilson, Gosling y Graham (2012) emprenden una revisión exhaustiva de la literatura académica específicamente orientada a Facebook como herramienta estratégica de investigación. Bajo su punto de vista, hay por lo menos tres razones principales para considerar seriamente las ventajas de esta red social: en primer lugar, el tipo de actividades que tienen lugar dentro de los diferentes espacios impulsados por la plataforma; en segundo lugar, su creciente popularidad y, por último, los beneficios (y riesgos) que este tipo de redes virtuales implica no sólo para los usuarios de la red, sino también para todos aquellos que puedan verse afectados por la información que disemina. Precisamente por ello varias voces reclaman una regulación efectiva de los *sites* (Roby & White 2010), especialmente en un momento en que buena parte de padres y madres dirigen su atención a Internet en busca de orientación y formación (Pacifi, Delaney, White, Nelson & Cummings 2006; Wong 2010).

Sea como fuere, una simple navegación por Internet puede permitir encontrar decenas de sitios relacionados de alguna manera con la adopción. La importancia de Internet como fuente formativa –o, más bien, como potencial proveedor global de materiales formativos– va de la mano con su peso como herramienta de transmisión y muchos futuros padres y madres se informan acerca de cómo llegar a ser un buen padre o una buena madre a través de foros colectivos, sitios web temáticos y otros espacios generados con tecnologías de la comunicación en línea (Gill 2009).

Con el fin de aprovechar esta inercia relacional, en el marco de nuestra investigación optamos por abrir una página esencialmente orientada a monitorizar el flujo de información entre usuarios en lo concerniente al ámbito adoptivo para ver qué tipo de usuarios se conectaban, qué clase de información hacían circular entre ellos y con qué frecuencia. Esta página en Facebook se lanzó en mayo de 2013 y desde entonces hasta abril de 2015 realizamos un seguimiento sistemático de la actividad online, acompañado de un vaciado periódico de información concerniente a interacciones sociales. Como marcos temporales de referencia, escogimos cuatro momentos concretos, que correspondieron con una conformación reticular correspondiente a 286, 301, 331 y 335 *amigos*. Para su análisis, hemos usado tres herramientas de software especialmente concebidas a tal efecto: Netvizz (una aplicación que permite extraer datos de la cuenta de Facebook), Node XL (una aplicación de funcionamiento similar, pero vinculada a la hoja de cálculo Excel) y Gephi (un programa de código abierto que permite elaborar técnicamente los datos para visualizar su reticularidad).

En la línea apuntada por Hine (2008), queríamos documentar la interacción y explorar sus connotaciones desde una perspectiva básicamente cualitativa, aprovechando la ingente cantidad de literatura sobre la aplicación del análisis de sociogramas y redes sociales desde los trabajos pioneros de Jacob Moreno en la primera mitad del siglo pasado²² (Moreno 1951). Por ello, en lugar de tomar el *site* como plataforma para obtener un muestreo de bola de nieve (Bhutta 2012) o como un espacio para reclutar informantes de cara a un propósito específico (como en algunos de los

²² Entre los que destaca la fundación e impulso a la revista *Sociometry: A Journal of Interpersonal Relations*, un referente en su momento en este ámbito y que se convirtió, ya bajo el título de *Social Psychology Quarterly* (SPQ) en la publicación más importante de la *American Sociological Association* (Harrod, Welch & Kushkowski, 2009).

estudios examinados por Wilson, Goslin y Graham 2012: 213-215), lo hemos considerado un espacio esencialmente de observación no participante para la toma y análisis de datos –o, para ser más precisos, limitadamente participante, puesto que nuestras intervenciones se han circunscrito a animar a los usuarios a responder una encuesta online que habíamos diseñado en el seno del proyecto o a aportaciones puntuales de noticias para mantener un mínimo de actividad y, tal vez, promover aún más la participación y el debate²³.

De cara al vaciado y análisis de datos, hemos tomado en cuenta las consideraciones éticas que envuelven la investigación digital (Hine 2000; Bassett & O’Riordan 2002; Elgesem 2002; Estalella & Ardèvol 2007; Hine et al. 2008). Por consiguiente, mantendremos en todo momento el anonimato de los usuarios –sean personas a título individual o asociaciones/entidades– y de las personas referidas por ellos, así como de aquellos elementos que pudiesen facilitar su identificación (URLs, reproducción de imágenes o contenido gráfico).

Conformación relacional:

Analizando los 286 primeros nodos, al poco tiempo de funcionamiento de la página, un filtrado por actividad nos muestra que los 10 más activos pertenecen a asociaciones de padres y madres adoptantes y entre los 15 nodos más activos en la red aparece únicamente una persona. Si ampliamos el foco a 25, encontramos únicamente a 7 personas frente a 18 asociaciones (Gráfico 3). La siguiente hornada fue en marzo de 2014, ya con 301 nodos, aunque dentro de los márgenes de filtrado (25, 15 10) esta proporción se mantiene.

²³ Si el propósito de la página hubiera sido reclutar participantes para una fase específica de la investigación, hubiésemos incluido también una declaración de intenciones y un consentimiento informado. Dada la naturaleza y objetivo de la observación, nos pareció innecesario. Además, explicitamos claramente el propósito académico de la misma tanto en los enlaces a la encuesta *online* como en el propio cuestionario.

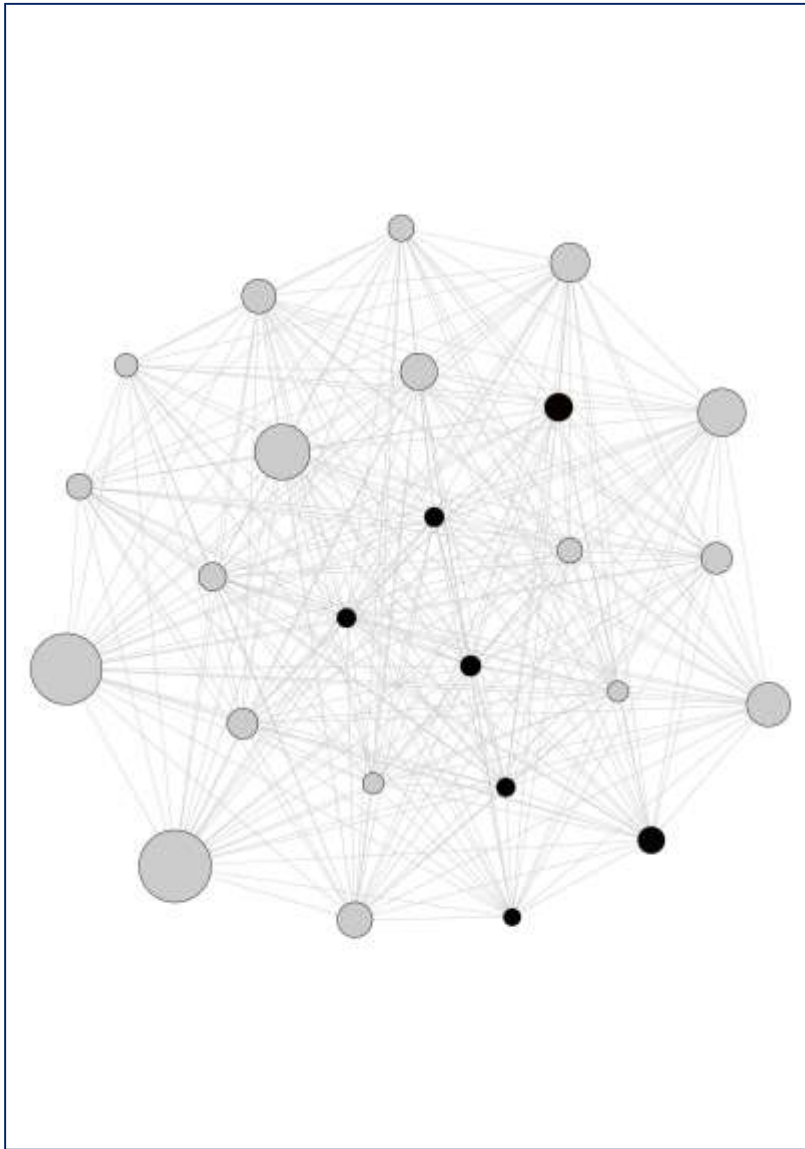


Gráfico 3. Los 25 nodos más activos sobre 286 amigos. Los nodos coloreados de negro corresponden a individuos, mientras que los grises son asociaciones. El tamaño responde a la media de intermediación (*betweenness centrality*).

En el tercer vaciado (junio de 2014) se llegó a 324 amigos y entre los 25 nodos de mayor actividad encontramos 8 personas, ocupando las asociaciones de padres y madres adoptantes las posiciones de mayor intermediación. Si reducimos a los 15 nodos más activos esta cifra baja a 3 individuos y desaparece completamente cuando ajustamos el foco a 10 nodos. El siguiente volcado, en diciembre del mismo año, la cifra total de amigos aumentó a 331, manteniéndose intactas las proporciones en los márgenes establecidos de filtrado. Por último, en la última hornada –febrero de 2015– se alcanzaron 335 amigos (Gráfico 4), sin apenas variaciones significativas en la intermediación dentro de estos límites: 8 personas entre los 25 nodos más activos, 2 en el caso de los 15 y ninguno, de nuevo, entre los 10 primeros.

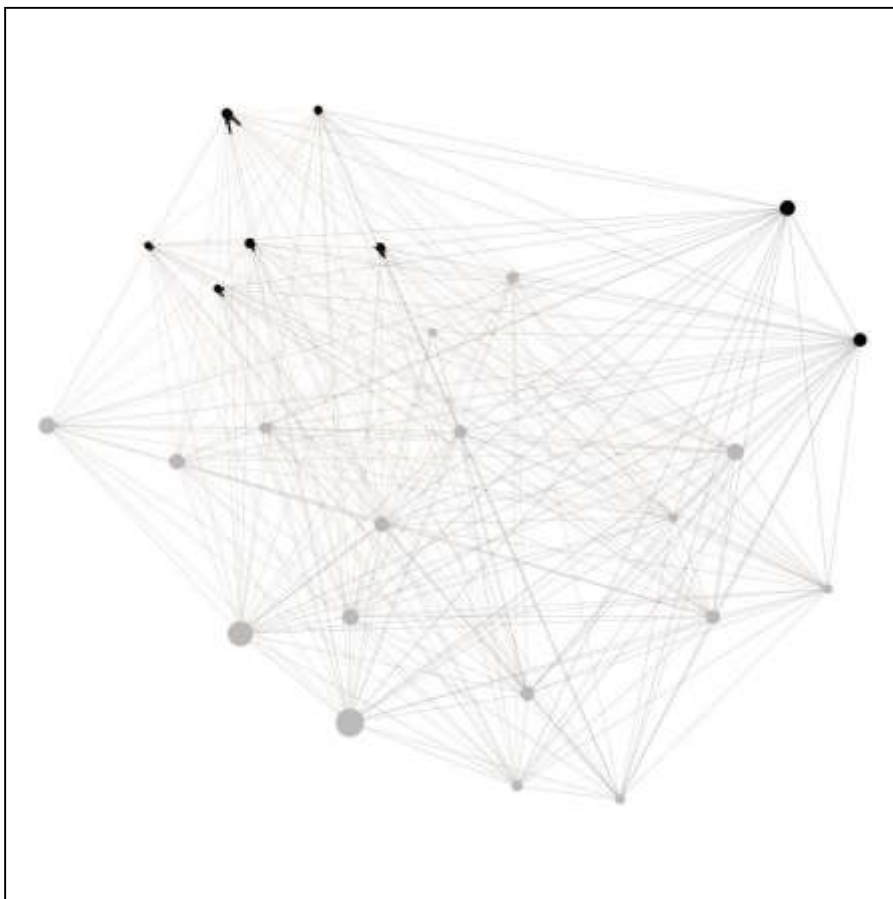


Gráfico 4. Los 25 nodos más activos sobre 335 amigos. Los nodos coloreados de negro corresponden a individuos, mientras que los grises son asociaciones. El tamaño responde a la media de intermediación (*betweenness centrality*).

En conjunto, de los 335 contactos que se acumularon durante el periodo de observación, 248 (74%) aparecían como sujetos individuales, de los cuáles únicamente 46 (el 18'5%) eran hombres. Como puede observarse, pese a que sólo el 26% de nodos corresponden a asociaciones de diverso tipo, su centralidad es considerablemente mayor, lo que parece situarles a menudo como puente entre otros nodos²⁴. Este aspecto debe abordarse con mayor profundidad en estadios ulteriores de análisis.

Clases de información que se busca o comparte:

Centrándonos en el contenido de los comentarios recogidos como resultado del seguimiento, un primer análisis sobre estas interacciones comunicativas mediadas nos permite establecer la siguiente tipología:

²⁴ Puede parecer una obviedad que las asociaciones tengan mayor centralidad en la red que los individuos particulares, aunque esta percepción debe matizarse. Se trata de un espacio creado *ad hoc* sin amparo institucional o asociativo, donde es la libre voluntad de cada persona la que determina su adhesión. Así, si bien es cierto que en el entorno online es frecuente multiplicar la participación en foros diversos con temáticas similares, podría ocurrir que este no fuera el caso. Por consiguiente, debíamos poner a prueba si sucedía lo mismo en esta investigación particular y sobre esta temática concreta: así fue. Por otro lado, hemos podido observar el considerable poder de atracción y movilización de ciertos individuos, quienes devienen nodos especialmente activos de la red. Su implicación en la interacción mediática supone mantener una participación regular y retroalimentar frecuentemente las intervenciones de otros/as usuarios/as.

a) *Demandas de información o actuación*: se trata de peticiones o iniciativas que pueden, o no, ir acompañadas de enlaces online, vídeos, fotografías u otros documentos:

“Buenos días, quisiera preguntaros. ¿Como se hacen los programas de formación de familias acogedoras, en vuestras comunidades?. ¿Cuanto duran los cursos de formación? Os forman a todas las familias a la vez? ¿hacen cursos diferentes para las distintas modalidades de acogimiento?” (Mujer, 27 de junio de 2013; sin acentos en el original).

“Se necesita recoger 35000 firmas antes del miércoles día 2!!!! Por favor ayuda a estos padres y a los pequeños para que la pesadilla que están viviendo termine!! Firma y comparte por favor!!!!” (Mujer, 30 de septiembre de 2013).

b) *Avisos y comunicados de alcance general*: bien sean anuncios de eventos diversos o mensajes de alerta:

“Nuevamente videos pornográficos y fotos no aptas para la familia colocados en los perfiles sin que tú lo sepas....el dueño de la cuenta no lo ve, pero los demás sí !!! "como si fuera una"publicación genuina que tú hiciste.... Hasta agregan un supuesto comentario tuyo. Por favor, si acaso ven en mi muro o les llega un mensaje pornográfico de mi parte, no soy yo... La amistad y el respeto hacia todos significa mucho para mí!..... Copia este mensaje en tu muro y avísale a tus amigos también para así evitarnos problemas por esta razón..... Por favor, copia y pega” (Mujer, 2 de julio de 2013; texto en mayúsculas en el *post* original).

c) *Anuncios de difusión o actividad personal vinculados con el proceso o crianza adoptivos*:

“ya estamos en casa con mi niña” (mujer, 15 de septiembre de 2013).

“Buffff..... Anoche Juan [Pseudónimo] me pilló mirando las fotos del Facebook cuando fuimos a por el, cuando le conocimos... Y el ver la imagen q publique anoche me pregunta : mama, esa casa donde es???? Me quede a cuadros. Le dije: esa es la casa de ucrania, te acuerdas? Y me dijo q poco. Luego me pregunto por fotos de papa y mama solos.....creo q mi pequeño ya esta preparado para saber más de su procedencia... La pregunta es; estoy preparada yo?????” (Mujer, 16 de enero de 2015; mantenemos la tipografía original).

Estos comentarios suelen acompañarse de fotos familiares –celebraciones, efemérides, embarazos– fotos de perfil donde se aprecia el vientre abultado por la gestación, etc.–. En ocasiones, se refieren también a hijos no adoptados:

“Hace un año te hicieron esta "foto" dentro de mí... Y ahora te miro y pienso como has cambiado en tan poco tiempo!!! Eras guapo dentro y lo eres más fuera!!!” [Se acompaña de una ecografía] (Mujer, 4 de octubre de 2013).

d) *Anuncios personales sin vinculación con el proceso o crianza adoptivos*:

Esta categoría es un verdadero cajón de sastre en el cual podemos encontrar desde quejas por la actuación de una compañía telefónica hasta ofertas para acoger animales recogidos en la calle.

En esta categoría es frecuente el envío (y reenvío) de imágenes, collages, vídeos, etc. con mensajes de distinto tipo (por ejemplo: “No vivas dando tantas explicaciones: tus amigos no las necesitan, tus enemigos no las creen y los estúpidos no las entienden” [mujer, 10 de febrero de 2014]).

Es también un espacio en el que puede constatar una proliferación de *posts* y respuestas en momentos puntuales por sucesos determinados (por ejemplo, a propósito de la muerte de la niña Asunta Basterra²⁵: “Por fin un artículo sensato y sensible, necesario ante tanta expectación y morbo creador alrededor de la tristísima noticia de la muerte de Asunta ¡Pobre niña! No solo no la han dejado vivir, tampoco la dejan morir en paz!” (Asociación, 30 de septiembre de 2013).

Podemos apreciar, pues, cómo la circulación de información es considerablemente heterogénea, aunque para calibrar ajustadamente su dimensión real debería poder monitorizarse el flujo informativo de cada usuario en las diversas páginas y plataformas en las que esté registrado, puesto que eso permitiría distinguir con mayor precisión la especificidad de cada acto comunicativo. Sin embargo, esta empresa es sumamente complicada, puesto que exigiría partir de una muestra previamente seleccionada y conseguir un acceso total a la interacción *online* de cada informante (sujeto individual o asociación). En cualquier caso, esta diversidad parece apuntar tanto a un interés específico en la difusión de información relacionada con la adopción como a un posible eco de la interacción en red de cualquier ámbito que se considere interesante para comunicar.

También es evidente el uso complementario de diversos registros multimedia (textos, fotografías, viñetas, vídeos, etc.) en la interacción comunicativa. Aquí nos hemos referido exclusivamente a esta cuestión en relación a la naturaleza de la información transmitida, pero seguiremos indagando en fases posteriores de nuestro análisis en aspectos más específicos al respecto.

3. Conclusiones

En este artículo hemos presentado algunos resultados de una investigación en curso sobre crianza adoptiva. Concretamente, nos hemos centrado en aspectos relativos a la socialización a través de internet mediante espacios específicos de comunicación mediada interpersonal (*Social Networking Sites* o SNSs) con el fin de conocer un poco mejor las motivaciones del recurso a la red por parte de padres y madres adoptantes, los tipos de información que se ponen en juego, así como el nivel de implicación de los/as principales protagonistas comunicativos en este entorno.

En conjunto, parece evidente que el proceso de adopción influye en el recurso a internet a varios niveles, entre los que destacan: a) facilitar el acceso a información práctica de diverso orden, b) posibilitar el compartir experiencias y recabar (u ofrecer) apoyo moral, y c) promover interacciones específicas.

Así, a partir del análisis de información obtenida mediante una combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas de toma de datos, constatamos que, aunque Internet no aparezca en primer lugar en la lista de fuentes preferidas para la búsqueda de información, juega un papel relevante en la socialización de la experiencia adoptiva y en el aprovisionamiento de noticias e información relacionada tanto con aspectos generales como con ámbitos concretos de la crianza.

²⁵ http://elpais.com/tag/caso_asunta/a/5

En este sentido, se ha puesto de relieve que cuanto más activa es la búsqueda de información, más diversidad se aprecia en las fuentes de las cuales se extrae, siendo frecuente alternar o combinar la presencia *on line* con el recurso a las actividades organizadas por las asociaciones de padres y madres adoptantes. También se hace patente que no hay una única razón para prospectar o recabar información, ni un patrón único de acceso. Nuestro trabajo de campo permite constatar que los flujos no son necesariamente bidireccionales, es decir: quien busca una determinada información no siempre ofrece a su vez su experiencia a otros/as usuarios/as. Además, aunque obtener información práctica es una razón poderosa para consultar foros y webs temáticas, no es el único motivo de pesquisa: el bienestar emocional tanto de padres/madres como de menores es un elemento importante a tener en cuenta (por ejemplo, de cara a paliar la ansiedad que generan ciertas situaciones, o buscar experiencias similares en las que apoyarse).

Por otro lado, la intensidad o insistencia de la búsqueda no elimina cierta selección de fuentes (no se trata de exploraciones indiscriminadas), cuya calidad es evaluada por nuestros informantes en función de la utilidad subjetiva que cada persona percibe y no sólo por el prestigio o solvencia que atesore (aunque en indagaciones específicas reconocen consultar primero las páginas de profesionales especialistas). Y es la combinación entre esta intensa conexión emocional y el carácter más pragmático de las consultas la que en buena medida explica el eventual decaimiento o el más prolongado abandono de la navegación: o bien no se encuentra información adecuada (siempre desde el punto de vista del/la informante) al perfil solicitado, o bien se considera poco útil, o simplemente se discrepa de ella hasta el punto de considerarla abiertamente contraproducente (por ejemplo, en la reiteración de ciertos tópicos o estereotipos).

A menudo, nuestros informantes han insistido en que buena parte de la información que recaban tiene un propósito diferido: quieren tenerla a disposición de sus hijos e hijas cuando estos/as la demanden o hagan peticiones explícitas al respecto. Sin embargo, esto no inhibe otro tipo de consultas más puntuales ni tampoco otra socialización más ocasional en base a comunicaciones concretas.

Por último, el seguimiento de la interacción social y del flujo de información en un *site* específico –creado a propósito para nuestro estudio– nos permite apreciar un claro predominio de las asociaciones sobre los individuos particulares y una abrumadora mayoría de mujeres en este espectro comunicativo y relacional (hasta el punto de encontrar únicamente 3 hombres entre los 25 nodos más activos en el conjunto de 335 amigos del *site* en febrero de 2015). Un entorno con una considerable heterogeneidad y complementariedad de registros multimedia, pero donde se aprecia que las asociaciones básicamente comparten o difunden material relacionado con el ámbito de la crianza adoptiva, mientras que en el caso de los individuos particulares, el foro parece usarse a veces como una extensión de otras interacciones formales tanto *online* como *offline*. A la luz de nuestros resultados, ésta sería uno de los motivos principales por los cuales las asociaciones presentan una mayor centralidad en la red, mientras que los nodos individuales revelan una dispersión temática mucho mayor. En el futuro, desde aproximaciones operacionales distintas, podrán valorarse también otras dimensiones de las conexiones comunicativas en el ámbito de la crianza adoptiva.

4. Bibliografía

- AA.VV. (2014) *Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua*. Edición electrónica. <http://www.rae.es>. Acceso 18 Enero, 2016.
- AGENCIA. (2014) "'Gangnam Style' rompe YouTube", *El País (Edición Digital)*. http://elpais.com/elpais/2014/12/04/estilo/1417712408_039258.html, Acceso 18 Enero, 2016.
- AYDIN, S. (2012) "A review of research on facebook as an educational environment", *Educational Technology Research and Development* 60 (6), pp. 1093–1106.
- BASSETT, E. H., & O'RIORDAN, K. (2002) "Ethics of Internet research: Contesting the human subjects research model", *Ethics and Information Technology* 4 (3), pp. 233–247. doi:10.1023/A:1021319125207
- BHUTTA, C. B. (2012) "Not by the book: Facebook as a sampling frame", *Sociological Methods and Research*, 40 (1), pp.57–88. doi:10.1177/0049124112440795
- BIRKY, I., & COLLINS, W. (2011) "Facebook: Maintaining Ethical Practice in the Cyberspace Age", *Journal of College Student Psychotherapy* 25 (3), pp.193–203. doi:10.1080/87568225.2011.581922
- BURRELL, J. (2009) "The field site as a network: A strategy for locating ethnographic research", *Field Methods* 21 (2), pp.181–199.
- CARRINGTON, V., & HODGETTS, K. (2010) "Literacy-Lite in 'BarbieGirls' [TM]", *British Journal of Sociology of Education*, 31 (6), pp.671–682.
- CHOU, S., BROWNE, K., & KIRKALDY, M. (2007) "Intercountry adoption on the internet", *Adoption & Fostering*, 31 (2), pp.22–31. doi:10.1177/030857590703100206
- CHRISTIE, E., & BLOUSTIEN, G. (2010) "I-cyborg: disability, affect and public pedagogy", *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education* 31 (4), pp.483–498. doi:10.1080/01596306.2010.504364
- EBO, B. L. (1998) "Internet or outernet?", in Ebo, B. L. (ed), *Cyberghetto Or Cybertopia?: Race, Class, and Gender on the Internet*, Westport, Connecticut; London: Praeger, Greenwood Publishing Group, pp. 1–12.
- ELGESEM, D. (2002) "What is special about the ethical issues in online research?", *Ethics and Information Technology* 4 (3), pp.195–203. doi:10.1023/A:1021320510186
- ESTALELLA, A., & ARDÈVOL, E. (2007) "Field ethics: Towards situated ethics for ethnographic research on the Internet", *Forum Qualitative Sozialforschung*, 8 (3), <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/277>, Acceso 18 Enero, 2016.
- GALVIN, K. M. (2006) "Joined by hearts and words: Adoptive family relationships", in Floyd, K. & Morman, M. T. (eds.), *Widening the family circle: New research on family communication*, Thousand Oaks, CA: Sage, pp. 137–152.
- GARCÍA, A. C., STANDLEE, A. I., BECHKOFF, J., & CUI, Y. (2009) "Ethnographic

approaches to the Internet and computer-mediated communication", *Journal of Contemporary Ethnography*, 38 (1), pp.52–84. doi:10.1177/0891241607310839

GAY BLASCO, P. (2012) "A wondrous adventure": Mutuality and individuality in Internet adoption narratives", *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 18 (2), pp.330–348.

GEORGE, D. R., NAVARRO, A. M., STAZYK, K. K., CLARK, M. A., & GREEN, M. J. (2014) "Ethical quandaries and Facebook use: How do medical students think they (and their peers) should (and would) act?", *AJOB Empirical Bioethics*, 5 (2), pp.68–79. doi:10.1080/23294515.2013.864344

GILL, J. (2009) "Constructing and enhancing the international adoptive family through communication technology", *Marriage and Family Review*, 45 (7), pp. 783–806.

HARROD, B., WELCH, K., & KUSHKOWSKI, J. (2009) "Thirty-one years of group research in social psychology quarterly (1975-2005)", *Current Research in Social Psychology*, 14 (6), pp. 75-103.

HERRON, M., SINCLAIR, M., KERNOHAN, W. G., & STOCKDALE, J. (2011) "Ethical issues in undertaking internet research of user-generated content: A review of the literature", *Evidence Based Midwifery*, 9 (1), pp.9–15.

HINE, C. (2008) "Overview: Virtual Ethnography: Modes, Varieties, Affordances", in Fielding N.G., Lee R.M. & Blank G. (eds) *Handbook of online research methods*, London: Sage, pp.257-269.

HINE, C. M. (2000) *Virtual Ethnography*. London: Sage.

JAUME, M. J. R., & GONZÁLEZ RÍO, M. J. (2014) "Self-administered online surveys. A case study: 'Adoptive families and their lifestyles'", *Empiria* (29), pp. 155–175. doi:10.5944/empiria.29.2014.12944

JOCILES, M.I. (2013) "Resistance to expert knowledge: Single-parent adoptive families and tactics for legitimizing solidarity as motivation to adopt", *Cultura y Educacion*, 25 (2), pp.213–228. doi:10.1174/113564013806631318

MARSHALL, T. (2012) "Facebook Surveillance of Former Romantic Partners: Associations with PostBreakup Recovery and Personal Growth", *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15 (10), pp.521–526. doi:10.1089/cyber.2012.0125

MESCH, G., & TALMUD, I. (2006) "The quality of online and offline relationships: The role of multiplexity and duration of social relationships", *Information Society*, 22(3), pp.137–148.

MILLS, N. (2011) "Situated learning through social networking communities: The Development of joint enterprise, mutual engagement, and a shared repertoire", *CALICO Journal*, 28(2), pp. 345–368. doi:10.1558/cj.v28i2.345-368

MOHANTY, J. (2013) "Ethnic and racial socialization and self-esteem of Asian adoptees: The mediating role of multiple identities", *Journal of Adolescence*, 36(1), pp.161–170.

- MOHANTY, J., KEOSKE, G., & SALES, E. (2006) "Family cultural socialization, ethnic identity, and self-esteem: Web-based survey of International adult adoptees", *Journal of Ethnic and Cultural Diversity in Social Work*, 15(3-4), pp.152–172.
- MOHANTY, J., & NEWHILL, C. E. (2011) "Asian adolescent and young adult adoptees' psychological well-being: Examining the mediating role of marginality", *Children and Youth Services Review*, 33(7), pp.1189–1195.
- MORENO, J. L. (1951). *Sociometry, Experimental Method, and the Science of Society*. Ambler, PA: Beacon House.
- MURTHY, D. (2008) "Digital Ethnography: An Examination of the Use of New Technologies for Social Research", *Sociology*, 42(5), pp.837–855. doi:10.1177/0038038508094565
- OCHS, T. (2000) "The internet and international adoption information", *Pediatric Annals*, 29(4), pp.249–250.
- PACIFICI, C., DELANEY, R., WHITE, L., NELSON, C., & CUMMINGS, K. (2006) "Web-based training for foster, adoptive, and kinship parents", *Children and Youth Services Review*, 28(11), pp.1329–1343.
- PINK, S. et al. (2015). *Digital ethnography: principles and practice*. London: Sage.
- POSTILL, J. (2008). Localising the internet beyond communities and networks , *New Media and Society*, 10 (3), 413-431.
- ROBY, J. L., & WHITE, H. (2010) "Adoption activities on the internet: A call for regulation", *Social Work*, 55(3), pp.203–212.
- SAS, C., & WHITTAKER, S. (2013) "Design for forgetting: Disposing of digital possessions after a breakup", *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, pp. 1823–1832. doi:10.1145/2470654.2466241
- VAN SELM, M., & JANKOWSKI, N. W. (2006) "Conducting Online Surveys", *Quality and Quantity*, 40(3), pp.435–56. doi:10.1007/s11135-005-8081-8
- VOLKMAN, T. A. (2005) "Embodying Chinese culture: transnational adoption in North America", in Volkman, T.A. (ed), *Cultures of transnational adoption*, Durham, N.C.: Duke University Press, pp. 81–115.
- WAHL, S. T., MCBRIDE, M. C., & SCHRODT, P. (2005) "Becoming “Point and Click” Parents: A Case Study of Communication and Online Adoption", *Journal of Family Communication*, 5(4), pp.279–294. doi:10.1207/s15327698jfc0504_3
- WILSON, R., GOSLING, S. D., & GRAHAM, L. (2012) "A Review of Facebook Research in the Social Science", *Perspectives on Psychological Science*, 7, pp.203–220.
- WONG, Y. C. (2010) "Cyber-Parenting: Internet Benefits, Risks and Parenting Issues", *Journal of Technology in Human Services*, 28(4), pp.252–273.

© Copyright Jorge Grau Rebollo, Lourdes García Tugás y Júlia Vich Bertrán, 2016

© Copyright *Quaderns-e de l'ICA*, 2016

Fitxa bibliogràfica:

GRAU, Jordi & GARCÍA TUGAS, Lourdes & VICH BERTRÁN, Júlia (2016), “Flujos de información e interacciones *online* en el marco de la crianza adoptiva”, *Quaderns-e de l’Institut Català d’Antropologia*, 21 (2), Barcelona: ICA, pp. 38-59. [ISSN 169-8298].

